

組織アイデンティティ研究における2つの視点

金 倫廷

目 次

1. はじめに
2. 組織アイデンティティ論の登場
3. 組織アイデンティティ研究における2つの視点
4. 組織アイデンティティの捉え方
5. むすび

1. はじめに

2002年3月、組織アイデンティティ研究の現状とこれからの方向性を議論するためにDavid WhettenとCees van Rielが主催したワークショップが開かれた。その結果、組織アイデンティティ論とアイデンティフィケーション論の理論的なルーツ、組織アイデンティティの概念化、分析レベル、測定法、適合性の5つの重要課題が浮かび上がった[Ravasi & Rekom, 2003, pp. 119]。

組織のアイデンティティとアイデンティフィケーションに関する研究は、心理学、社会心理学、社会学、人類学、哲学など幅広い分野から理論的根拠を見つけようとしている。それは1人の個人の経験から広くは社会レベルの現象にまで及んでいる。すなわち、組織アイデンティティとアイデンティフィケーションはさまざまなレベル（個人、グループ、組織、産業、社会など）で研究されており、これらのレベルにおける共通点と相違点は何か、あるレベルで展開されたモデルが他のレベルに適用できるかという疑問が明らかになったのである[Ravasi & Rekom, 2003, pp. 119]。また、他の領域と比較して理論的根拠が多いため、分析レベルのみならず、組織アイデンティティの定義にもさまざまな違いが生じるのはいうまでもない。要するに、組織アイデンティティ研究の課題は理論的背景によってもたらされているのである。したがって、このような理論的背景の多さによる学問的限界をいかに乗り越えるかが今後の組織アイデンティティ論の存続および発展に関わる最大の課題であると考えることができる。

本稿では上述のような現状を踏まえ、既存の組織アイデンティティ研究を2つの視点に分

けて整理することで、その課題の解決—それぞれの視点による定義や分析レベルの明示—を試みる。そして、組織にまつわるアイデンティティの構造上の様相に基づき、組織研究のさまざまなレベルの仲立ちをする両視点を統合した枠組みを提示する。

2. 組織アイデンティティ概念の登場

組織アイデンティティは、Albert & Whetten (1985) によって提唱された概念である。それは、彼らの大学での経験と組織を運営するにあたって避けられない問題への対処法から出発するものであった⁽¹⁾。つまり、組織が複雑で深刻な問題に直面したとき、「われわれは何者か？われわれのビジネスはいかなるものか？われわれはどうなりたいか？」などといった問いかけこそが満足のいく問題解決へと直結するという。また、このような概念としての組織アイデンティティには、第1に科学者が組織を特徴・定義づける、第2に組織がみずからを特徴づけるという2つの使い道があるとし、科学的概念として定着させるために以下のような3つの基準を提示している [Albert & Whetten, 1985, pp.263-265]。

1. 組織の本質を示す特徴としての中心的特徴 (central character)
2. 比較しうる他の組織と区別する特徴としての特異性 (distinctiveness)
3. 時間を超えて示される同一性や持続性の程度としての時間的連続性 (temporal continuity)

[Albert & Whetten, 1985, pp.265]

これらの3つの基準は、組織アイデンティティが科学的概念として定義されるための必要かつ十分条件であり、組織文化などといった類似概念もしくは関連概念と区別する基準としても用いられる [Albert & Whetten, 1985, pp.265-266]。佐藤と山田 (2004) は、「組織アイデンティティの定義として採用される規定」といい、中核的な性質—本質的特性、際立つ性質—他の組織との区別、持続的な性質—時間的連続性という訳語をもって紹介している。佐藤ら (2004) によれば、中核的な特性は「何らかの方法で組織の本質 (essence) だとみなされている性質」、特異性は「比較されるだろう他組織と組織 (当該組織のこと—筆者注) を区別する性質」、そして、最後に時間的連続性は「斉一性 (sameness) あるいは時間を超えた連続性 (継続性) の度合いを表す性質」である。間嶋 (2008) は、これらの基準が Erikson のアイデンティティの3つの基準—斉一性、帰属性、連続性—によく似ているというが、それは Albert & Whetten (1985) の研究背景に Erikson のアイデンティティ論があるからに他ならない。

第1に、斉一性とは自分について自分も他人も同一の人であると認めることを意味しており、その性質が同一であることが重要となる。個人も組織もそのコアをなす中心的な性質をもって、内部からも外部からも同一の主体であると見なされるからである。第2に、特異性と帰属性との関係は、TajfelとTurnerそして後にその弟子であるHoggによって展開された社会的アイデンティティ論に関連する性質であり、認識の側面に重点がおかれている。すなわち、多くの心理学者が指摘しているように、個人が他人と比較しながら自分の独自性に日覚めていくという側面を考慮したものである。それは何らかの集団に属してその成員の1人であるという認識と、集団を構成する各々の個人の所属感から他の組織と区別するような認識が引き起こされる。最後に、連続性は過去も現在も未来も同じ自分もしくは組織であるという点において説明するまでもなく類似している。要するに、アイデンティティと定義されるためには、自他ともに認める同一の存在であり、他の誰でもない自分であることから独自性あるいはユニークさを発揮しながら、過去・現在・未来において連続していなければならないのである。しかし、今日までのほぼすべての組織アイデンティティに対する研究はこの3つの基準（もしくは規定）を採用している一方、それぞれの基準に対する議論も活発に行われているのも事実である⁽²⁾。

Albert & Whetten (1985) の研究には大きく2つの貢献がある。まず、上述のように組織研究にアイデンティティ概念を取り入れ、組織アイデンティティを成立させる基準から定義づけを試みたところにあるといえよう。次に、組織アイデンティティを一枚岩であるとする「モノ・アイデンティティ (mono identity)」という考え方に批判的な立場をとり、「デュアル・アイデンティティ (dual identity) やマルチプル・アイデンティティ (multiple identity)」の可能性について言及しているところである。彼らはハイブリッド組織アイデンティティ (hybrid organizational identity) という概念を用いて複数のアイデンティティをもつ組織を説明している。ハイブリッド組織アイデンティティとは、一般的に両立しないと思われる2つ以上のタイプのアイデンティティによって組み立てられた組織アイデンティティのことをいう。さらに、このハイブリッド組織アイデンティティはイデオグラフィック (ideographic form) とホログラフィック (holographic form) の2形態に分けられる [Albert & Whetten, 1985, pp.266]。

イデオグラフィック型組織アイデンティティは、組織内部に存在するさまざまなサブユニットがそれぞれのアイデンティティをもっており、それらのアイデンティティが表出されることを意味する。一方、ホログラフィック型組織アイデンティティは、組織のさまざまなアイデンティティが全体として表現されることをいう。Albert & Whetten (1985) のいうこのハイブリッド組織アイデンティティの場合、多様といえども同時に維持・表現されるアイデンティティを2つ（規範的アイデンティティと功利的アイデンティティ）に限って議論されることが多いのが特徴で、これをもって「多様」と言えるか否か議論の余地がある [間嶋,

2008, pp.12]。

一方、このように組織のアイデンティティを一枚岩でないと捉える方には分析レベルが混在している。それはまた25年もの歴史をもつ組織アイデンティティ研究がいまだに抱えている研究課題と深く関わる定義や分析レベルのあいまいさの根本的な原因となっているのである。いい換えれば、「われわれは何者か (Who we are?)」という問いがもつ多義性、つまりアイデンティティの主体の特定化—組織アイデンティティを有するのは組織の中の個人か、組織そのものか—に対する疑問である。このことは限界である反面、ミクロとマクロレベルを結合した枠組みを生み出す可能性を秘めている。

Albert & Whetten (1985) 以降の研究は、このような問題点—分析レベルの混在—を解決するものであるというより、組織アイデンティティが何かというコンセンサスは得られないまま、それぞれの研究者の視点をより強めて具体的に展開されたものであった。以下では、このよう問題点を踏まえ、組織アイデンティティの捉え方を2つの視点に分類し、各視点からの定義づけを試みる。

3. 組織アイデンティティ研究における2つの視点

一般的に組織は、個人・組織・社会の3層構造の中にあるとされることから、組織アイデンティティ研究は組織の中の個人に注目するミクロと組織自体とそれを取りまく環境との関係に注目するマクロの2つの視点に分けられる。ただし、これらの視点は強調点が違っただけであり、対立関係にあるとはいえない。以下では、この分類に基づき各視点からみた組織アイデンティティにはどのような特徴があるかを中心に組織アイデンティティ研究がどのように展開されてきたかをみていく。

1) ミクロ視点

1980年代の終わりにかけて、初期の組織アイデンティティ研究はその定義と概念化をはかるものだった。当時の代表的な研究は理論的ルーツとして社会的アイデンティティ論と自己カテゴリーゼーション論を大本にしながら、アイデンティフィケーション（一体化もしくは同一化）との関係性の中で組織アイデンティティを考察している。特に、AshforthとMael (1989) は、TajfelとTurnerの社会的アイデンティティ論に立脚し、次のような見解を示している。個人レベルのアイデンティティにはその拠りどころが不可欠であり、社会的アイデンティフィケーションは組織あるいは集団アイデンティティという社会構造に依存している。そのため彼らは、組織アイデンティティを「成員性を越えた心理的実在性 (a psychological reality[existing] beyond membership)」として捉えている [Hatch & Schultz,

2004, pp.85]。また、AshforthとMael (1989) のこのような考え方は、日本の組織アイデンティティ研究を代表する山田・佐藤にもっとも大きな影響を与えているように見える。

次にPrattとRafaeli (1997) は、組織とアイデンティティの関係についてシンボルという概念を取り入れて独自の理論を展開している。彼らが注目したのは物的シンボル (object symbols) であった。なぜなら、どこにでもあるような物体が何らかの意味をなすためには意味づけの作業が必要であり、意味づけの作業はそれぞれの組織 (または集団) の状況などによって異なってくるからである [Pratt & Rafaeli, 1997, pp.864]。シンボルの中でも研究対象となったのは服装 (dress) であった。組織の服装には、制服 (ジャケット、スカート、ズボン) と人工物 (名札、作業着、装身具) が含まれ、従業員が仕事するときに着用するものである。Prattらは、この組織における服装の意味と影響について研究した。その結果、組織の服装 (または制服、ユニフォーム) は、組織コントロールとアイデンティティの伝達という主な機能をなしていることがわかった [Davis, 1992, p.278]。具体的には、看護婦を対象にして行われた実験から、所属する部門—リハビリか急性患者治療か—によって服装に対して違う認識をもち、別々のアイデンティティをもっていることが明らかになった。それゆえ、Prattら (1997) は、「服装は組織の中心的価値だけではなく、組織アイデンティティの基本的な理解のために重要なシンボルである」と主張し、「組織はマルチプルな (ときには互いにぶつかりあう) アイデンティティからなるもの」とし、それを説明するために組織アイデンティティに加えてプロフェッショナル・アイデンティティという概念をも作り出した [Pratt & Rafaeli, 1997, p.868-869]。

2) マクロ視点

このように組織の中の個人に注目し、社会的アイデンティティ論を理論的背景とする組織アイデンティティがある反面、組織そのものがアイデンティティをもつ有機体として捉える研究もある。代表的な研究としては、Alvesson (1990)、Dutton & Dukerich (1991)、Gioia & Schultz & Corley (2000)、Hatch & Schultz (2002) などがある。これらの研究は主に、組織内部の人間よりも組織そのものがもつアイデンティティとイメージとを分離し、その関係性を追究している。つまり、組織の「I」と「me」の側面から環境適応ロジックの解明を試みているのである。

組織アイデンティティ研究にイメージという概念を採用することは、社会と他者との関係の中でアイデンティティが形成されるとした自我心理学者たちの考え方を前提とした議論であると考えられる。そもそもアイデンティティというのは、自己認識はさることながら、他者の目に映し出された自分という側面も非常に重要であるため、他者からも同一のものであるという了解を得ることが必要なのである。したがって、組織研究においての他者との関係が組織イメージに置きかえられて研究されてきたといえる。その代表格としてAlvessonと

Dutton & Dukerich は、特に組織をとりまく環境および社会と組織との関係に注目し、組織が外部からいかに見られているかという観点から組織アイデンティティを解明しようとしている。Alvesson (1990) は、組織がその本質(中心的な独自性)を外部にいかに印象付けるかという組織側からの働きかけに注目している反面、Dutton & Dukerich (1991) は環境の変化によって組織が適応していくプロセスなどといった環境決定論的な特徴をもっている。

組織の働きかけから組織の本質をイメージ化して印象付けを行うか、それとも外部環境の変化に適応するかたちで組織も変化していくか—あるいは外部環境に対して受動的か能動的か—などといったこれらの初期研究に比べ、Gioia ら (2000) は組織が環境に適応するにつれて組織アイデンティティも変化するという結論を導いた⁽³⁾。それに対して Hatch & Schultz (2002) はイメージに文化概念を加えて組織アイデンティティがいかに形成されるかを説明した。Hatch & Schultz (2002) は、社会学者 Mead の「I」と「me」を手がかりにし、その2つの側面を組織レベルに適用させたモデルを提案し、「組織アイデンティティのダイナミクスモデル」と名づけた⁽⁴⁾。このモデルは、組織文化と組織イメージにかかわる4つのプロセスによって組織アイデンティティが確立していく様子を示したものである。さらに一步すすんでこのプロセスから組織アイデンティティの逆機能—組織ナルシシズムと過剰適応—についても言及している。

以上のように、組織アイデンティティ論は Albert と Whetten (1985) の研究を皮切りに社会的アイデンティティ、イメージ、変化と適応、組織文化といった幾多のキーワードとともに理論的發展を遂げてきたことがわかる。その他にも、さまざまな理論的背景をもって展開された研究もあるが、本稿では特に Albert & Whetten (1985) によって駆り立てられ、現在でも主に議論されている問題に焦点をあてて紹介した。要するに、これらの研究は組織アイデンティティの源泉をどこから求めているかによって分類できる。個人・組織・社会の3層構造からすれば、ミクロの視点をもつ研究者たちは個人と組織の関係、マクロの視点をもつ研究者たちは組織と組織を取り巻く組織外部の世界(環境、社会、制度)との関係に重点をおいている。同じ組織アイデンティティにしてもそれぞれの研究者たちの背景からもたらされる視点—ミクロかマクロか—によって概念の捉え方や定義付けの違いが生じる。このような概念化と定義付け(研究者のコンセンサス)の問題は25年もの歴史をもつ組織アイデンティティ研究においていまだに極めて重大な課題として残されている。以下では、2つの視点による分類(表1)をもってそれぞれの視点における定義付けを通じて組織アイデンティティを再考察する。

表1 組織アイデンティティ研究における2つの視点

| | ミクロ | マクロ |
|-------|--|---|
| 捉え方 | 成員性を越えた心理的実在性 成員性の認知、メンバーシップ | (組織の) 自己概念 (組織の) 自己定義 |
| 分析対象 | 組織の中の個人と組織との関係 (individual actor) | 組織、組織と外部世界 (環境、社会、制度、産業など) (corporate actor or organization actor) |
| 特徴 | 個人の認知を重視 個人が有する社会的アイデンティティの中の1つ 個人の一体化 (identification) 対象の1つ 組織文化と混同されやすい | アイデンティティを有する主体としての組織 組織メンバーの一体化の対象であると同時に 産業・社会・環境・国へ一体化する コーポレートアイデンティティと混同されやすい |
| 理論的背景 | 心理学・社会学のアイデンティティ論 社会的アイデンティティ論 自己カテゴリーゼーション論 実践コミュニティ (COP) 共有精神モデル、交換記憶 (group mind) | 心理学・社会学のアイデンティティ論 象徴的相互作用論 コミュニケーション理論 制度理論 共有精神モデル、交換記憶 (group mind) |
| 代表的研究 | Ashforth & Mael (1989) Pratt & Rafaeli (1997) Lave & Wenger (1991) Gioia (1994) 佐藤・山田 (2004) | Albert & Whetten (1985) Alvesson (1990) Dutton & Dukerich (1991) Gioia & Schultz & Corley (2000) Hatch & Schultz (2002) |

4. 組織アイデンティティの捉え方

1) 組織アイデンティティの定義

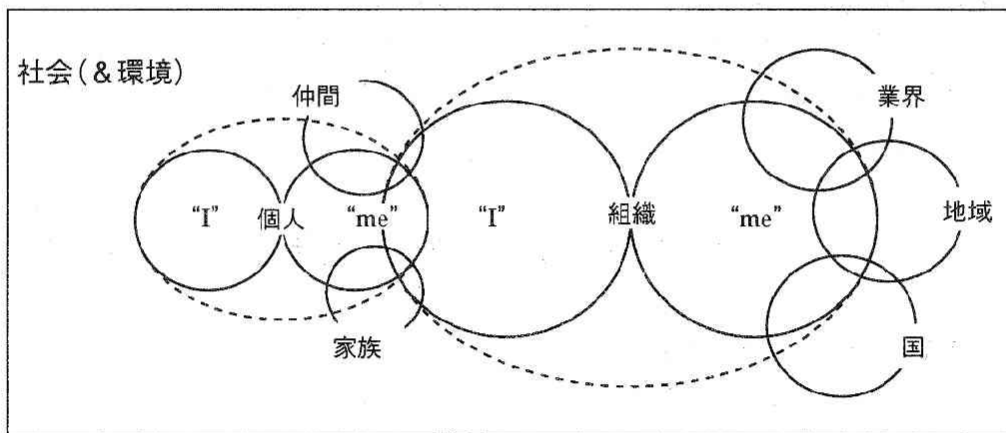
本稿では、表1のような2つの視点による分類から次のような定義を提案する。まずミクロの視点における組織アイデンティティとは、「ある特定の組織に属する個人のその組織の一員であるという認知」である。またマクロ視点における組織アイデンティティとは、「その活動の場における組織の主体的な定義（組織そのものの存在意義もしくは位置づけ）や組織内外から映し出された自身の姿による自己意識」である。前者は、個人の「私は●●社の一員である」という認識がポジティブな自己意識（自己高揚）となり、それが行動もしくは意思決定の前提となることを意味する。後者は、「●●社は△△である」という組織の自己定義を意味する。この場合、組織の中の個人と社会にむけて提示された組織の自己像（組織の自己定義—たとえば、ドメインやビジョンなどの提示）が組織の内外において受け入れられることが最も理想的な状態であり、もしそうでない場合には、受け入れられるためにやり方を変え、組織内外にむけて「●●社は△△である」という自己像を提示し続けるか自己像を変更する。加えて、組織内外の両レベルから受け入れられていても何らかのきっかけによ

ってみずから自己像を変える場合もある⁵⁾。

これらの定義は一見すると別のもののように見えるが、実際の組織活動というものは内部統合と外部統合の両方を念頭において行われなければならない、さらにはアイデンティティをもつ主体が個人か組織か—個人がもつ社会的アイデンティティの1つとしての組織アイデンティティと組織が主体としてもちうるアイデンティティ（たとえば、●●社）—を明確に示さなければならない。既存の多くの組織アイデンティティ研究はまさにこの理由であいまいで理解しにくい概念になってしまったであろう。それを別の角度からみると、ミクロとマクロの視点を統合した新たな組織理論モデルの誕生可能性を示唆していると考えられる。したがって、両視点を分離するだけでなく、その違いを明確に理解した上で統合していく作業が必要となる。

2) 組織にまつわるアイデンティティの様相

図1 組織にまつわるアイデンティティの様相



個人であれ、組織であれ、外部環境・社会に適応していく関係性の中で自分を説明しようとするのがアイデンティティである。いずれにせよ、アイデンティティは「私は私である」、「私は●●である」という2つの側面を有している。これは社会学者 Mead のいう「I」と「me」に対応する考え方であり、自分が自分であると同時に自分が何者かでなければならないことを意味している。何よりも重要なのは、「I」と「me」の両方の目からみたアイデンティティにズレ（Identity crisis）が生じないことである。個人レベルで議論されてきたアイデンティティ概念を組織解明のメタファーとして使用できるか否かはさておき、組織の場合にも同様なことがいえる。この点に着目して、本稿は組織もまた「われわれの組織」と「われわれの組織は●●である」の1人称（I）と2人称（me）という主体的かつ客体的側面からなるアイデンティティをもっているという前提に立っている。

通常、組織は個人・組織・社会の3層構造の中に位置づけられていると考えられる。その点に注意してみると、組織にまつわるアイデンティティの様相は図1のようにあらわすことができよう。2つの側面をもつアイデンティティは社会適応プロセスの中で形成され相互に影響しあう関係にある。とりわけ客体的（2人称（me）の）アイデンティティは社会的アイデンティティに置き換えることも可能である。社会的アイデンティティには、ある集団に所属することで自己を分類（カテゴリーゼーション）できる複数の準拠集団によって構成されるマルチプルな構造上の特徴がある。

ここでいう社会とは、ただの人の集まりではなく、ある人に影響を及ぼしうる各準拠集団の総和からなる包括的な複合体である。準拠集団は個人の意思決定や自他の評価の基準を提供する。主要な形態としては、家族・仲間集団・学校・会社・地域・国家などがあり、当然ながら複数の準拠集団をもつ。たとえば、個人の場合、家族、学校、職場、コミュニティなど、組織の場合（特に企業の場合）、業界、地域、社会、国などの所属集団をもっており、それらの集団を拠りどころにして（アイデンティフィケーションを通じて）自らを定義することになる。

ただし注意しておきたいのは、主体的アイデンティティは一見すると社会的アイデンティティと別個のものであるかのように見えるが、基本的にアイデンティティは社会に適応するプロセスの中で形作られるので、これらの組織にまつわるアイデンティティはそれぞれ独立しているわけではなく、お互いに影響しあう関係にあるということである。したがって、それぞれのアイデンティティ（もしくはそれぞれのアイデンティティによってもたらされる価値）には重なりあう部分もあれば、全くそうでない部分もある。要するに、各準拠集団から求められる同一の価値観や行動もあれば、それらの価値が一致せず同じ時点で異なった行動が要求される場合もある。

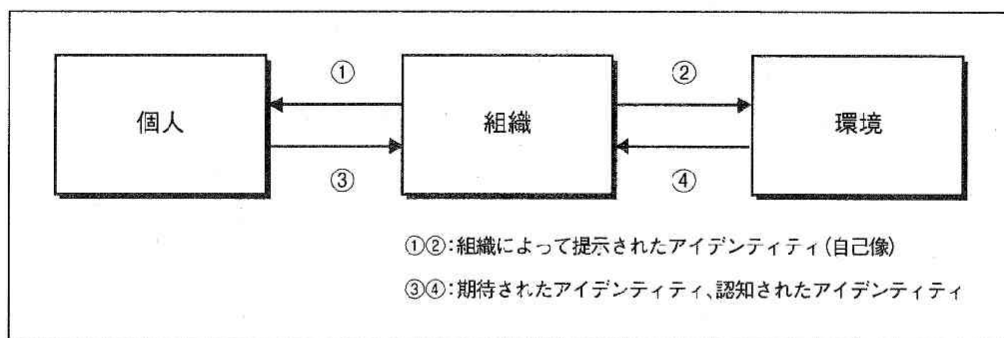
3) 2つの視点の統合

このように、組織アイデンティティを検討する際には個人・組織・社会の3層構造をつねに念頭におかねければならない。この関係について間嶋（2008）は、個人行為と組織は、社会を加え、創り創られる関係（ミクロ・マクロ・リンクの関係）にあるとし、Hatchら（2002）のダイナミクスモデルに個人と社会次元を加えた「ダイナミクスモデル+ α 」を提案している⁽⁶⁾。しかし、間嶋はこのモデルに関する具体的な説明—個人と社会の関係や社会のアイデンティティ形成に関する言及—はしていない。実際、彼自身もより包括的でダイナミックな分析が試みられそうであるとし、その検討は1つの課題であると述べている。そのため、本稿では組織にまつわるアイデンティティの構造からさまざまな分析レベルを仲立ちする新たな枠組み（図2）を模索する。

人間も組織もただ主体的にそのあり方を決定するだけでなく、他者や準拠集団から求めら

れる姿（行動や価値など）という他者性に基づいて自己を想定する。それゆえ、組織は自らが提示するアイデンティティと、個人と環境がそれを認知してから、組織に対して期待するアイデンティティを同時に持っていると考えられる。

図2 個人・組織・環境とアイデンティティ



このモデルは図1（組織にまつわるアイデンティティの構造上の様相）を非常に単純化したものではあるが、組織はこれらのすべてのアイデンティティがあることを理解し、それぞれアイデンティティを調整することで存続を遂げることになるであろう。また、どのレベルのアイデンティティであれ、アイデンティティ間のズレが生じれば組織は何らかの変革（変化）を試みるだろうが、どちらかのアイデンティティが強ければ強いほど、それは変革の妨害あるいは阻止要因となるはずである。

5. むすび

本稿では組織アイデンティティ研究の現状と課題を踏まえ、既存の研究を2つの視点に分けて整理することで、その課題の解決—それぞれの視点による定義や分析レベルの明示—を試みた。その結果、不明瞭だった組織アイデンティティの定義とその分析レベルを明確に示す（表1）ことができた。そして、組織にまつわるアイデンティティの構造上の様相（図1）に基づき、組織研究のさまざまなレベルに伸立ちできるよう両視点を統合し、組織の自己分析ツールとしての枠組み（図2）を提示した。

だが、本研究は視点の整理や定義付け、分析レベルの明瞭化に重点がおかれているために抽象的な論理展開にとどまっているという限界がある。その上、新たな枠組みの提示はできたものの、その枠組みを用いて実際どのような組織現象が解明できるかという議論までは至っていない。とはいえ、組織アイデンティティという概念は、個人・組織・環境（社会）レ

ベルの現象とリンクしており、それぞれのレベル間のギャップを埋める可能性は無視できない。したがって、今後の研究には次のような課題が残される。

本研究で示された枠組みの裏付けとなる実証研究とそのための方法論（測定尺度）の探究、より精練化した組織の自己分析ツールとしてのミクロ・マクロ・リンクモデルの開発、各アイデンティティのコントロールおよび調整による組織への影響、アイデンティティ形成プロセスの解明などが考えられる。さらには、組織アイデンティティと混同されやすい類似概念との明確な違いを示すことも要求されるであろう。

【注】

注

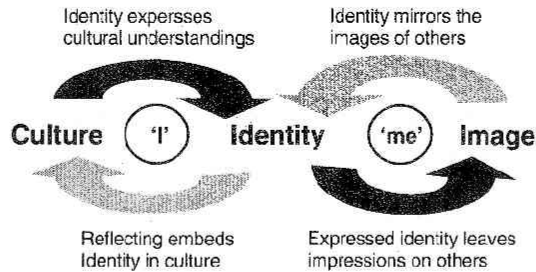
- ¹ Albert, S. and Whetten, D. A., "Organizational identity," *Research in Organizational Behavior*, (vol.7, 1985), pp.264-295.

Albert & Whetten (1985) は次の文章をもって自分たちの問題意識を明確に述べている。この文章はまた組織研究にアイデンティティ概念を導入した研究の正当性を論じている部分でもあったと考えられる。「いくつかの新商品市場の中でどの市場を選ばいいか、どの会社と合併すればいいか、内部予算を20%削減するためにはどうすればいいか」など組織は何らかの選択に直面している。このような意思決定のためにさまざまな合理的モデルが提案されてきたが、それらのモデルは根本的な問題解決には直結しない。より深刻かつ継続的な意見の不一致や混乱に陥ったとき、誰かが「われわれは何者か？われわれのビジネスはいかなるものか？われわれはどうなりたいか？」と問いかける。問題はむしろこのときにより簡単にもっとも満足のいくかたちで解決される。アイデンティティは、簡単に具体的に定量化された解決策が失敗したときに問われる問題である。」

- ² Albert & Whetten (1985) で提案されたアイデンティティを規定する3つの基準は、一体何をもちて中心的・特異的・連続的と言えるかがあいまいであり、いまだに明確にされないまま、さまざまな議論の種となっている。たとえば、第1の基準については何をもちて中心的なものとするのかあいまいであるという批判がある。さらに、第2の特異性と帰属性が類似しているとするのは誤解を招く恐れがある。それは組織アイデンティティを有する主体を組織の中の個人としない場合（組織を人間とみなし組織自体を組織アイデンティティの持ち主とする場合）、組織に帰属感をもたらす要因は非常に限られており、個人レベルで議論される自他の区別が組織レベルにそのまま適用できないからである。第3の基準、時間的連続性についても議論の余地があり、後に Gioia, Schultz, Corley らによって組織アイデンティティ論は新たな局面を迎えることとなる。

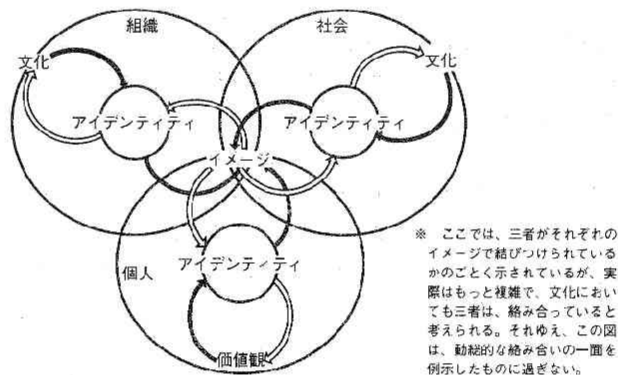
- ³ Gioia (2000) はまた、「組織のミッションや中心的価値は同じだとしても、その解釈と表現はつねにそれまでとは別の形式をとっている」と指摘する。これはまさに環境に対する組織の主体的な働きかけによって独白性が保証されることを示唆している。

- ⁴ Hatch, M.J. and M.Schultz, "The Dynamics of Organizational Identity," *Human Relations*, (55-8, 2002), pp.991.



- 5 組織内外から受け入れられているにもかかわらず、自己像を変更した例として富士フィルムのケースが挙げられる。デジタルカメラの開発・普及にともないフィルム事業の将来性が保証できなくなったため、組織みずからフィルム会社ではないというイメージ、要するにアイデンティティを変更した。詳しくは富士フィルム HP (<http://fujifilm.jp/index.html>) 参照。
- 6 間嶋崇「組織アイデンティティと組織不祥事」『専修大学経営研究所報』第174号(2008, 1), pp.16.

図表 10 ダイナミクスモデル+α



【参考文献】

- Albert, S. and D. A. Whetten, "Organizational identity," *Research in Organizational Behavior*, (7, 1985), pp.263-295.
- Alvesson, M., "Organization: From Substance to Image?," *Organization studies*, (11-3, 1990), pp.373-394.
- Ashforth, B. E. and F. Mael, "Social Identity Theory and the Organization," *Academy of management Review*, (14-1, 1989), pp.20-39.
- Brewer, M. B. and W. Gardner, "Who is this 'We'? Levels of Collective Identity and Self-Representations," in M.J.Hatch & M.Schultz eds., *Organizational Identity*, (Oxford University Press, 2004), pp.66-88.
- Brickson, S. L., "Organizational Identity Orientation: The Genesis of The Role of The Firm And Distinct Forms of Social Value," *Academy of management Review*, (32-3, 2007), pp.864-888.
- Cooley, C. H., "Society and the Individual," in M.J.Hatch & M.Schultz eds., *Organizational Identity*, (Oxford University Press, 2004), pp.16-29.
- Corley and Harquail and Pratt and Glynn and Fiol and Hatch, "Guiding Organizational Identity Through Aged Adolescence," *Journal of Management Inquiry*, (15-2, 2006), pp.85-99.
- Cornelissen, J. P., "On the 'Organizational Identity' Metaphor," *British Journal of Management*, (13, 2002), pp.259-268.

- Daft, R. L., *ESSENTIALS OF ORGANIZATION THEORY&DESIGN, 2nd Edition* (South-Western College, 2001) ; 高木晴夫訳『組織の経営学』(ダイヤモンド社, 2006).
- Davis, F., *Fasion culture and identity*, (Cicago: University of Cicago Press, 1992).
- Dutton, J. and Dukerich, J., "Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation," *Academy of Management Journal*, (34, 1991), pp.517-554.
- Erikson, E.H., *Psychologocal Issues : Identity and Life cycle*, (International University Press, 1959) ; 小此木啓吾訳編『自我同一性: アイデンティティとライフ・サイクル』(誠信書房, 1982) .
- Gioia, D. A. and Schultz, J. and K. G. Corley, "Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability," *Academy of Management Review*, (25, 2000), pp.349-376.
- Hatch, M. J. and M. Schultz, "The Dynamics of Organizational Identity," *Human Relations*, (55-8, 2002), pp.989-1018.
- Hogg, M. A. and D. Abrams, *Social Identification : A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*, (Routledge, 1988) ; 吉森護, 野村泰代訳『社会的アイデンティティ理論: 新しい社会心理学体系化のための一般理論』(北大路書房, 1995).
- Hogg, M. A., *The Social Psychology of Group Cohesiveness : From Attraction to Social Identity*, (Harvester Wheatsheaf c/o Simon & Shcuster International Group, 1992) ; 広田君美, 藤沢等監訳『集団凝集性の社会心理学: 魅力から社会的アイデンティティへ』(北大路書房, 1994).
- Hogg, M. A. and D. Abrams and S. Otten and S. Hinkle, "The Social Identity Perspective : Intergroup Relations, Self-Conception, and Small Groups," *Small Group Research* (June, 2004), pp.246-276.
- Livengood, R. S., "That's Our Turf! Identity Domain and Competitive Dynamics," *Academy of Management Review*, (35-1, 2010), pp48-66.
- Lurie, A., *The Language of Clothes*, (New York : Random House, 1981) .
- Mead, G. H., "The Self : 'I' and 'me'," in M.J.Hatch & M.Schultz eds., *Organizitonal Identity*, (Oxford University Press, 2004), pp.30-34.
- Pratt, M. G. and A. Rafaeli, "Organizational Dress as a Symbol of Multilayered Social Identities," *Academy of Management Journal*, (40, 1997), pp.862-869.
- Ravasi, D. and J. V. Rekom, "Key Issues in Organizational Identity and Identification Theory," *Corporate Reputation Review*, (6-2, 2003), pp.118-132.
- Schein, E. H., *Organizational culture and leadership* (1st eds), (San Rfancisco. CA: Jossey-bass, 1985) ; 清水紀彦・浜田幸雄訳『組織文化とリーダーシップ: リーダーは文化をどう変革するか』(ダイヤモンド社, 1989) .
- Tajfel, H. and J. Turner, "An Integrative Theory of Intergroup Conflict," in M.J.Hatch & M.Schultz eds., *Organizitonal Identity*, (Oxford University Press, 2004) , pp.56-65.
- 大月博司『組織変革とパラドックス』(同文館, 1999) .
- 佐藤郁哉・山田真茂留『制度と文化—組織を動かす見えない力—』(日本経済新聞社, 2004).
- 白井利明・都筑学・森陽子『やさしい青年心理学』(有斐閣, 2002) .
- 高橋正泰・山口善昭・磯山優・文智彦『経営組織論の基礎』(中央経済社, 1998).
- 竹田青嗣・西研編『はじめての哲学史: 強く深く考えるために』(有斐閣, 1998).
- 友枝敏雄・竹沢尚一郎・正村俊之・坂本住鶴恵『社会学のエッセンス: 世の中のしくみを見ぬく』(有斐閣, 1996).
- 野口京子『健康心理学』(金子書房, 1998).
- 長谷川寿一・東條正城・大島尚・丹野義彦・廣中直行『はじめて出会う心理学』(有斐閣, 2000).

細見和之『アイデンティティ／他者性』（岩波書店，1999）。

間嶋崇「組織アイデンティティと組織不祥事」『専修大学経営研究所報』第174号（2008，1），pp.1-28.

鷺田小彌太『はじめての哲学史講義』（PIIP 研究所，2002）。